

CMR, S.A.B. de C.V. anuncia resultados del Primer trimestre de 2021

- Ventas netas acumuladas con incremento de 48.7% durante el primer trimestre del 2022.
- Incremento de 9.5% en Ventas netas acumuladas con respecto del primer trimestre del 2019.
- Ventas a mismas tiendas con incremento de 63.7% comparado con el primer trimestre del año anterior.
- El EBITDA incrementó 130.5% comparado con el primer trimestre del 2021.
- Incremento en el EBITDA de 10.6% comparado con el primer trimestre del 2019.

Ciudad de México, a 02 de Mayo de 2022. CMR, S.A.B. de C.V. y subsidiarias (BMV: CMRB) ([CMR](#) o [la Compañía](#)), cadena líder en México en la industria restaurantera, anuncia sus resultados del Primer trimestre de 2022, con información preparada de acuerdo con las Normas Internacionales de Información Financiera (IFRS por sus siglas en inglés) emitidas por el Consejo Internacional de Normas de Información Financiera (IASB por sus siglas en inglés).

Comentarios de la Gerencia

Con el fin de año 2021 se fueron dejando atrás muchas de las restricciones sanitarias implementadas por la pandemia provocada por el virus SARS CoV-2 (COVID-19), después de todo lo aprendido y todas las acciones implementadas como compañía y por consecuencia del entorno global, dimos paso a la recuperación progresiva.

CMR logró los mejores resultados trimestrales desde que inició la pandemia a pesar de sufrir impactos por una 4ª ola, reflejando así un negocio recuperado y optimista hacia el futuro. Con amplio entusiasmo nos complace compartirles que al cierre del primer trimestre reportamos un margen positivo de 17.2% de EBITDA, Ps\$70.5 millones de pesos más respecto del primer trimestre del año anterior, lo que representa un crecimiento de 130.5%. Nuestro resultado al cierre del primer periodo fue favorable incluso contra el mismo periodo del año 2019 creciendo 10.6% en EBITDA, obteniendo Ps\$12.0 millones de pesos más.

La recuperación constante de nuestros Ingresos que al cierre del primer trimestre del año 2022 crecieron 48.7%, lo que representó Ps\$237.1 millones de pesos más, respecto del primer trimestre del año anterior y 9.5% más de crecimiento obteniendo Ps\$ 63.0 millones de pesos más comparado con el primer trimestre del año 2019.

1. Atracción de comensales hacia el salón

Continuó el foco especial en la recuperación de invitados hacia el salón, minimizar el impacto de inflación y mantener la venta adicional generada por canales Off Premise (Servicio a Domicilio y Para Llevar).

Con respecto a la atracción de invitados hacia salón, se realizaron iniciativas importantes. Destacaron ofertas promocionales agresivas en beneficio de los clientes, como Margaritas y Cervezas a precio especial en Chili's, así como Rollos al 2x1 en Sushi itto. En distintas marcas, las promociones ya conocidas por los comensales se extendieron a más horarios y días de la semana para aquellos que siguen buscando cuidar su bolsillo. Así mismo, se ofrecieron nuevos platillos y bebidas especialmente diseñadas para mitigar impactos en Costo, a la vez de enriquecer la experiencia para el invitado. Con todo lo anterior, CMR logró casi duplicar su venta en Salón vs el mismo trimestre del 2021.

El programa de Lealtad “Foody Rewards”, en el cual participan Chili’s, Wings, Olive Garden, Red Lobster fue otro importante factor para impulsar la frecuencia de nuestros invitados. En el trimestre se realizaron cerca de 50 mil transacciones o cuentas de Socios Foody, llegando a una venta 70% mayor que el mismo trimestre del 2021 con una venta de Ps\$30.1 MM. En el trimestre continuó el proceso de incorporación al programa de la marca Sushi itto.

2. Minimizar el impacto de inflación

La inflación mantuvo niveles por encima del 7.0%, por lo cual se continúan labores diarias para mitigar dicho impacto, sin afectar la experiencia de nuestros invitados. Se han revisado múltiples variables para determinar la correcta estrategia de menú y precios, buscando siempre mantenernos competitivos en el mercado y reforzando nuestros programas promocionales para quienes en estos tiempos siguen buscando opciones más económicas.

3. Mantener la venta adicional generada por canales Off Premise (Servicio a Domicilio y Para Llevar)

Todos los canales Off Premise mantuvieron un 16.3% de participación sobre la venta total. Las marcas virtuales representaron 2.2% sobre la venta total, impulsado sobre todo por las marcas It’s Just Wings e It’s Just Sliders & Pies de Chili’s, así como Yukai de Sushi itto. Este último teniendo su mejor trimestre de ventas desde que arrancó, con casi \$1 millón en el último mes y con planes para su expansión en todo el sistema. Así mismo, la Aplicación propia de Chili’s lanzada en el 2021, tuvo su mejor desempeño hasta ahora. Con el impulso de Marcas Virtuales y Aplicaciones propias, la venta en Off Premise alcanzó en un 91% vs 2021 a pesar de que el año pasado la pandemia estaba en su peor momento y la venta por Delivery había alcanzado niveles históricos.

4. Fundación CMR y Proyectos de implementación

Comenzamos el año con una recaudación por campañas en restaurantes por Ps\$2.7 mdp en nuestra Fundación CMR mismos que son destinados a combatir la desnutrición y anemia infantil. La recaudación por platillos con causa fue de Ps\$1.4 mdp. Uno de los grandes proyectos especiales fue el de “Galleta contra la mal nutrición en México” en alianza con Fundación Mapfre y Fundación Grupo Siro que tuvo tres líneas estratégicas: 1. Diagnóstico de estado de nutrición, 2. Entrega de colaciones de galletas nutritivas, que aportan el 50% de las vitaminas y minerales que un niño necesita por día y 3. Talleres de capacitación en mejores hábitos nutricios, seguridad alimentaria y recetario práctico de menús nutritivos. Tuvo un gran impacto que se traduce en 3,210 beneficiarios de 10 organizaciones en 9 estados de la república mexicana.

En enero 2022 logramos la liberación de nuestro nuevo sistema de gestión empresarial Oracle ERP Cloud, comenzando el año con el registro de nuestras operaciones en este nuevo sistema. La implementación nos permitió homologar los registros y procesos financiero-contable y operativos de todas las razones sociales. Nos permitirá seguir con la renovación tecnológica y la unificación de la información financiera para poder reportar nuestros resultados en un mejor tiempo comparado con los tiempos del pasado. Declaró Joaquín Vargas Mier y Terán, Presidente Ejecutivo de CMR.

Información a revelar sobre los objetivos de la gerencia y sus estrategias para alcanzar esos objetivos

En CMR reiteramos nuestro compromiso con el crecimiento del negocio, así como del país, al desarrollar servicios que vayan dirigidos a satisfacer las principales necesidades y oportunidades de consumo de los comensales, sin perder de vista mejoras en rentabilidad y el bienestar de nuestros colaboradores y medio ambiente.

Estamos convencidos que el adoptar la responsabilidad social y sustentabilidad dentro de los ejes del negocio es fundamental para posicionarnos en un mundo altamente cambiante; por lo que se crearon iniciativas con esfuerzos transversales a las diferentes áreas de la compañía, a través de un armónico desempeño económico, social y ambiental; tales como el programa de eficiencia energética, uso de empaques biodegradables/reciclables, recolección de aceite quemado para transformarlo en biodiesel (un combustible amigable con el medio ambiente), el programa de inclusión laboral a personas con discapacidad e inmigrantes, entre otros.

De igual forma, continuamos con nuestro enfoque en el capital humano, reconociendo su vital importancia, ya que son quienes constituyen la fuerza de CMR, apegados a una Cultura Orientada a la Responsabilidad.

Ante los cambios ambientales, políticos, sociales y económicos cada día más retadores, el ingenio es un ingrediente clave que nos permite generar estrategias para hacer frente a estas problemáticas, fortaleciendo todas nuestras marcas con mejoras operativas, provenientes de la optimización de nuestra cadena de suministro, el comisariato y la consolidación de nuestras mediciones de desempeño operativo.

Estrategia:

Nuestra estrategia ha sido fortalecer los fundamentos de un crecimiento a largo plazo de manera sana, esto se refleja, entre otros factores, en el total de restaurantes de la Compañía, que al cierre del primer trimestre de 2022 se mantuvo en 138 unidades.

En la actualidad, CMR cuenta con una sólida cadena de distribución, así como indicadores para generar y medir una mayor eficiencia en tiempos y movimientos, además de haber capitalizado las sinergias de las medidas mencionadas, cuya puesta en marcha se inició en años anteriores.

Durante este cuarto trimestre y con la mirada puesta en el futuro, reiteramos nuestro compromiso con el cuidado del desempeño del negocio, desarrollando respuestas en consonancia con las necesidades y oportunidades de consumo de nuestros comensales, sin perder de vista las mejoras en la rentabilidad y los miembros de equipo como los tres resultados clave para la compañía.

Estandarización:

Continuamos trabajando en la estandarización de los procesos operativos y el *look and feel* de nuestras marcas con el fin de ofrecer la mejor experiencia y calidad a nuestros clientes.

Se continúa con el desarrollo de nuevos programas, procesos de medición y reacondicionamiento de unidades que nos permitirán brindar un mejor servicio y convertir a cada una de nuestras marcas en unidades de negocio más rentables y productivas.

Expansión:

Buscando estar más cerca de nuestros clientes, se ha mejorado nuestro sistema de selección de locaciones. Durante este cuarto trimestre la estrategia continúa girando en torno a la selección de sitios que generen la mayor rentabilidad y que se pongan al alcance de una gran cantidad de clientes adicionando nuevas propuestas gastronómicas a nuestro exitoso portafolio de marcas.

Mercadotecnia:

Las actividades de mercadotecnia están dirigidas a fortalecer el posicionamiento de nuestras marcas en el mercado mexicano, así como a establecer alianzas estratégicas para incrementar lealtad y atraer nuevos comensales.

A través de la extracción de información y del comportamiento del mercado, adquirimos conocimiento sobre las nuevas tendencias, necesidades y preferencias de los consumidores, realizando actividades y programas que sean del interés y gusto de los comensales; de esta forma podemos volvernos una compañía que brinde satisfacción y un servicio extraordinario.

Relación con Inversionistas

Javier Miranda Valero
(55) 5263 6900 ext. 1016
jmiranda@cmr.mx



Relaciones Públicas

Bernardo Castro Negrete
(55) 5263 6900 ext. 6971
bcastro@cmr.mx

Se reitera que, según fue reconocido en la Asamblea, por tratarse de la capitalización de pasivos a cargo de la Compañía, los accionistas de la Compañía no tienen el derecho de preferencia que se les confiere en los estatutos sociales vigentes de CMR y en la legislación aplicable, para suscribir las Acciones del Aumento.

Financiamiento:

Al cierre del primer trimestre de 2022, el pasivo con costo fue de Ps\$1,488.3 mdp, monto 3.5% menor a los Ps\$1,542.2 mdp al cierre del trimestre anterior. El pasivo con costo a largo plazo representa el 85.5% de la deuda con costo total.

Pasivo con costo

(Cifras en millones de pesos)

Tipo de crédito	Mar-22	Margen %	Dic-21	Margen %	Var. %
Créditos bancarios a corto plazo	\$215.3	14.5%	\$230.3	14.9%	-6.6%
Créditos bancarios a largo plazo	\$1,273.1	85.5%	\$1,311.9	80.1%	-3.0%
Total deuda con costo	\$1,488.3	100.0%	\$1,542.2	100.0%	-3.5%

Información a revelar sobre los recursos, riesgos y relaciones más significativos de la entidad

Nuestros principales recursos se basan en:

- El desarrollo de nuestro talento interno
- El posicionamiento de nuestras marcas
- Nuestras campañas de lealtad
- Crecimiento en los niveles de servicio
- Exitosas campañas de publicidad
- La medición más exacta y continua del grado de satisfacción de nuestros clientes
- Los mejores sistemas informáticos
- Continuo mejoramiento operativo
- Fortalecimiento de alianzas estratégicas con nuestros proveedores

Nuestros riesgos:

- Gran volatilidad en el tipo de cambio
- Inestabilidad política y económica
- Incremento en la inflación
- Un porcentaje de compras de insumos a proveedores extranjeros
- Incremento en la oferta de restaurantes enfocados a comida casual pulverizando el mercado
- Mayor tendencia del consumidor a solicitar servicios para llevar y entrega a domicilio
- Disponibilidad de inmuebles a precios competitivos
- Cambios en la legislación fiscal - laboral
- Incremento en la inseguridad para algunas regiones
- Riesgos o efectos causados por pandemias y epidemias

Relación con Inversionistas

Javier Miranda Valero
(55) 5263 6900 ext. 1016
jmiranda@cmr.mx



Relaciones Públicas

Bernardo Castro Negrete
(55) 5263 6900 ext. 6971
bcastro@cmr.mx

Relaciones más significativas de la entidad:

- **BRINKER INTERNATIONAL:** en noviembre de 2007 se firmó un acuerdo de desarrollo de franquicias en coinversión con BRINKER INTERNATIONAL INC. Para el desarrollo de la marca “Chili’s” en toda la República Mexicana, con excepción de la Ciudad de México, Estado de México, Hidalgo, Puebla, Morelos y Querétaro.
- **DARDEN RESTAURANTS:** en agosto de 2011 se firmó un acuerdo de desarrollo de franquicias con la compañía más grande del mundo en el segmento de “Casual Dining” “DARDEN RESTAURANTS INC.” participando en el desarrollo en el territorio nacional de las marcas de Olive Garden y The Capital Grille.
- **RED LOBSTER MANAGEMENT:** en 2015 se firmó un acuerdo de desarrollo de franquicias con la compañía más grande del mundo en el segmento de mariscos, pollo, filetes y pasta “RED LOBSTER MANAGEMENT LLC” participando en el desarrollo en el territorio nacional de la marca de Red Lobster.

Relación con Inversionistas

Javier Miranda Valero
(55) 5263 6900 ext. 1016
jmiranda@cmr.mx



Relaciones Públicas

Bernardo Castro Negrete
(55) 5263 6900 ext. 6971
bcastro@cmr.mx

Resultados de las operaciones y perspectivas

Análisis de resultados correspondientes al primer trimestre de 2022

Cifras relevantes al 1T22 y 1T21

(Cifras en millones de pesos)	1T22	Margen%	1T21	Margen%	Var. %
Ventas netas	723.7	100.0%	486.5	100.0%	48.7%
Utilidad (Pérdida) bruta	513.2	70.9%	241.0	49.5%	113.0%
Utilidad (Pérdida) de operación	25.6	3.5%	(54.5)	(11.2)%	146.9%
Utilidad (Pérdida) neta consolidada	(28.8)	(4.0)%	(114.2)	(23.5)%	74.8%
EBITDA	124.5	17.2%	54.0	11.1%	130.5%

Durante el primer trimestre del año, las ventas netas registraron un incremento de 48.7% respecto al mismo periodo del año anterior, alcanzando un monto de Ps\$723.7 mdp. Favorable crecimiento en un 9.5% contra el primer trimestre del año 2019, generando Ps\$62.8 mdp más. La venta de alimentos y bebidas en restaurantes propios representó el 97.2% de los ingresos, la venta comercial alcanzó un 2.0% de los ingresos. El resto de los ingresos se generaron por concepto de servicios de franquicias, arrendamiento y otros.

El costo de ventas fue de Ps\$210.5 mdp, 14.3% menor en términos absolutos, el margen de costo de ventas alcanzó un 29.1%, menor en 2,139 bps comparado con el primer trimestre del año anterior y 31.8% menor en términos absolutos, pasando de 46.7% a 29.1% con respecto del primer trimestre 2019. La utilidad bruta presentó un incremento de 113.0% respecto al mismo trimestre del año anterior, pasando de Ps\$240.9 mdp a Ps\$513.2 mdp. Para el primer trimestre del 2019 la utilidad bruta se encontraba en 53.3% y se logrará mejorar el margen pasando a 70.9%, mayor en 1,758 bps por Ps\$160.7 mdp con respecto del primer trimestre 2022.

Al cierre del trimestre, los gastos de operación –incluyendo depreciación y amortización– fueron de Ps\$502.1 mdp, presentando un incremento de 67.9% respecto al mismo periodo del año anterior, también presentamos un incremento en el margen en 792 bps, pasando de 61.5% a 69.4%. Existe un ahorro por Ps\$135.3 mdp con respecto del primer trimestre del 2019.

Por lo anterior, generamos una utilidad de operación de Ps\$25.6 mdp, 146.9% mayor a la pérdida de operación de Ps-\$54.5 mdp del mismo periodo del año anterior y una utilidad de operación 203.2% mayor a la pérdida de operación del primer trimestre 2019 derivado de optimización de los recursos que no generaban Rentabilidad y por las estrategias de mercadotecnia, así como la consolidación de nuevos canales de venta como dark kitchens y marcas virtuales.

El EBITDA ascendió a Ps\$124.5 mdp respecto de los Ps\$54.0 mdp del primer trimestre del año anterior, presentando un incremento de 130.5%. Un crecimiento de 10.6% con respecto del primer trimestre del 2019.

La pérdida neta se ubicó en Ps-\$28.8 mdp, presentando un decremento contra la pérdida neta de Ps-\$114.2 mdp, 74.8% menor comparados contra el primer trimestre del año anterior. Se logra una mejora del 11.8% en la pérdida neta con respecto del primer trimestre del 2019.

Relación con Inversionistas

Javier Miranda Valero
(55) 5263 6900 ext. 1016
jmiranda@cmr.mx



Relaciones Públicas

Bernardo Castro Negrete
(55) 5263 6900 ext. 6971
bcastro@cmr.mx

Unidades

Durante el primer trimestre de 2022 no se realizaron aperturas de tiendas.

(Cifras en Unidades)

Divisiones	4T21	Apertura	Cierre	1T22
Cafeterías	26	0	0	26
Mexicanos	1	0	0	1
Especializados	2	0	0	2
Chili's	56	0	0	56
Olive Garden	13	0	0	13
Red Lobster	3	0	0	3
Sala Gastronómica	1	0	0	1
The Capital Grille	1	0	0	1
Sushi Itto Corporativas	35	0	0	35
Total Unidades	138	0	0	138

Franquicias Nacionales	96	2	2	96
-------------------------------	-----------	----------	----------	-----------

Franquicias Internacionales	15	0	0	15
------------------------------------	-----------	----------	----------	-----------

Total Franquicias	111	2	2	111
--------------------------	------------	----------	----------	------------

Situación financiera, liquidez y recursos de capital

Flujo de efectivo al 31 de Marzo de 2022 y 2021

(Cifras en millones de pesos)

	2022	2021
Utilidad o pérdida neta	(28.8)	(114.2)
Flujos de efectivo procedentes de actividades de operación	83.5	81.2
Flujos de efectivo procedentes de inversión	(36.4)	(43.6)
Flujos de efectivo procedentes de actividades de financiamiento	(146.0)	(77.2)
Incremento (Disminución) de efectivo y equivalentes de efectivo	(98.9)	(39.5)
Efectivo y equivalentes al principio del periodo	264.0	430.7
Efectivo y equivalentes de efectivo al final del periodo	165.1	391.1

Pasivo con costo

Al cierre del acumulado del primer trimestre de 2021, el pasivo con costo fue de Ps\$1,542.2 mdp, monto 3.5% menor a los Ps\$1,488.3 mdp al cierre del año anterior. El pasivo con costo a largo plazo representa el 85.5% de la deuda con costo total.

Pasivo con costo (Cifras en millones de pesos)

Tipo de crédito	Mar-22	Margen %	dic-21	Margen %	Var. %
Créditos bancarios a corto plazo	\$215.3	14.5%	\$230.3	14.9%	-6.6%
Créditos bancarios a largo plazo	\$1,273.1	85.5%	\$1,311.9	85.1%	-3.0%
Total deuda con costo	\$1,488.3	100.0%	\$1,542.2	100.0%	-3.5%

Inversiones

En lo que va del año, se llevaron a cabo inversiones por Ps\$22.3 mdp. Este monto fue destinado a mantenimiento, reemplazo de equipos y remodelaciones.

Flujo de Efectivo

Flujo de efectivo al 31 de Diciembre de 2021 y 2020

(Cifras en millones de pesos)

	2022	2021
Utilidad o pérdida neta	(28.8)	(114.2)
Flujos de efectivo procedentes de actividades de operación	83.5	81.2
Flujos de efectivo procedentes de inversión	(36.4)	(43.6)
Flujos de efectivo procedentes de actividades de financiamiento	(146.0)	(643.9)
Incremento (Disminución) de efectivo y equivalentes de efectivo	(98.9)	(39.5)
Efectivo y equivalentes al principio del periodo	264.0	430.7
Efectivo y equivalentes de efectivo al final del periodo	165.1	391.1

Reconocimiento inicial IFRS 16 "Arrendamientos"

La entidad aplicará la definición de un arrendamiento y la guía establecida en la IFRS 16 a todos los contratos de arrendamiento registrados o modificados a partir del 1 de enero de 2020 (ya sea un arrendador o un arrendatario en el contrato de arrendamiento). Para la aplicación de la IFRS 16, la Entidad ha llevado a cabo un proyecto de implementación de manera prospectiva. El proyecto ha demostrado que la nueva definición en la IFRS 16 no cambiará significativamente el alcance de los contratos que cumplan con la definición de un arrendamiento para la Entidad.

Impacto en la contabilidad del arrendatario

Arrendamientos Operativos

La IFRS 16 cambiará la forma en que la Entidad contabiliza los arrendamientos previamente clasificados como arrendamientos operativos según la IAS 17, que estaban fuera de balance.

El efecto acumulado al mes de diciembre por la adopción de la IFRS 16, implica:

- a) El reconocimiento por derecho de uso es por Ps\$740.5 mdp y un correspondiente pasivo de arrendamiento de Ps\$785.0 mdp.
- b) Se reconoce la depreciación de los activos por derecho de uso por Ps\$49.0 mdp y los intereses por Ps\$19.4 mdp sobre los pasivos por arrendamiento en el estado consolidado de resultados;
- c) Separará la cantidad total de efectivo pagado en una porción principal e intereses Ps\$68.5 mdp (presentada dentro de las actividades de financiamiento) en el estado de flujo de efectivo consolidado.

Información a revelar sobre las medidas de rendimientos fundamentales e indicadores que la gerencia utiliza para evaluar el rendimiento de la entidad con respecto a los objetivos establecidos

Una situación financiera rentable y sostenible, el logro de las metas financieras, alcanzar nuestros objetivos de expansión además del cumplimiento de los convenios establecidos con nuestros socios, son los principales indicadores para evaluar el rendimiento de la compañía sin dejar a un lado el monitoreo continuo para asegurar atender con calidad a millones de clientes, brindar desarrollo profesional a miles de colaboradores, generar valor para nuestros accionistas y contribuir al cuidado de nuestro medio ambiente aunado al apoyo a nuestras comunidades mediante diversos programas e iniciativas de impacto social.

Relación con Inversionistas

Javier Miranda Valero
(55) 5263 6900 ext. 1016
jmiranda@cmr.mx



Relaciones Públicas

Bernardo Castro Negrete
(55) 5263 6900 ext. 6971
bcastro@cmr.mx

Al cierre del primer trimestre de 2022, la deuda neta de CMR se ubicó en Ps\$1,488.3 mdp.

Indicadores financieros	1T22	1T21
EBITDA / Intereses pagados	3.6x	-0.34x
Deuda neta / EBITDA (12M)	2.3x	-22.1x
Pasivo total / Capital contable	11.5x	10.8x

Indicadores bursátiles	1T22	1T21
P / VL	2.6x	4.2x
EV / EBITDA (12M)	3.6x	-43.6x
Valor en libros por acción al cierre (Ps\$)	0.5	0.5
Utilidad por acción (Ps\$)	(0.1)	(0.2)
Precio por acción al cierre (Ps\$)*	1.3	2.3
Acciones en circulación (millones)	544.3	544.3

Nota: El EBITDA y Pasivo Total (para efectos de comparabilidad del primer trimestre 2022, se consideran efectos de la norma IFRS16 en el primer Trimestre de 2021).

**La acción presentó movimientos inusitados durante el año, que responden a movimientos naturales del mercado bursátil, sin que existe información relevante no revelada por la compañía.*

Programa de recompra de acciones

Al 31 de marzo de 2022, el Fondo de Recompra reportó 4,263,700 títulos.

Analista independiente

De conformidad con la reforma al reglamento interior de la Bolsa Mexicana de Valores en materia de analista independiente y cobertura de análisis, CMR, S.A.B. de C.V., informa que cuenta con cobertura de análisis por parte de GBM, Grupo Bursátil Mexicano, S.A.B. de C.V., Casa de Bolsa.

Declaraciones sobre expectativas

Este reporte puede incluir ciertas expectativas de resultados sobre CMR, S.A.B. de C.V. y sus subsidiarias y/o afiliadas. Dichas proyecciones dependen de las consideraciones de la Administración de CMR, S.A.B. de C.V. y están basadas en información actual y conocida; sin embargo, las expectativas podrían variar debido a hechos, circunstancias y eventos fuera del control de CMR, S.A.B. de C.V. y sus subsidiarias y/o afiliadas.

Estado de resultados acumulado a Marzo 2022 y 2021

(Miles de pesos)	Acum Mar 22	Margen%	Acum Mar 21	Margen%	Var. %	bps
Ventas netas	723,692	100.0%	486,526	100.0%	48.7%	
Costo de ventas	210,484	29.1%	245,586	50.5%	-14.3%	-2,139 bps
Utilidad (Pérdida) bruta	513,208	70.9%	240,940	49.5%	113.0%	2,139 bps
SG&A	502,077	69.4%	299,016	61.5%	67.9%	792 bps
Utilidad (Pérdida) antes de otros ingresos y gastos, neto	11,131	1.5%	(58,076)	-11.9%	119.2%	1,347 bps
Otros ingresos y (gastos), neto	14,433	2.0%	3,534	0.7%	308.4%	127 bps
Utilidad (Pérdida) de operación	25,564	3.5%	(54,542)	-11.2%	146.9%	1,474 bps
Resultado integral de financiamiento, neto	(54,361)	-7.5%	(59,673)	-12.3%	-8.9%	475 bps
Intereses pagados	(56,374)	-7.8%	(58,760)	-12.1%	-4.1%	429 bps
Intereses ganados	1,475	0.2%	351	0.1%	320.2%	13 bps
Ganancia / pérdida cambiaria	538	0.1%	(572)	-0.1%	-194.1%	19 bps
Otros gastos financieros	-	0.0%	(692)	-0.1%	100.0%	14 bps
Utilidad (Pérdida) antes de impuestos a la utilidad	(28,797)	-4.0%	(114,215)	-23.5%	74.8%	1,950 bps
Impuestos a la utilidad	-	0.0%	-	0.0%	0.0%	0 bps
Utilidad (Pérdida) neta consolidada	(28,797)	-4.0%	(114,215)	-23.5%	74.8%	1,950 bps
Depreciación & amortización	96,630	13.4%	106,975	22.0%	9.7%	-864 bps
EBITDA	124,483	17.2%	54,001	11.1%	130.5%	610 bps

Estado de resultados trimestral 1T22 Y 1T21

(Miles de pesos)	1T22	Margen%	1T21	Margen%	Var. %	bps
Ventas netas	723,692	100.0%	486,526	100.0%	48.7%	
Costo de ventas	210,484	29.1%	245,586	50.5%	-14.3%	-2,139 bps
Utilidad (Pérdida) bruta	513,208	70.9%	240,940	49.5%	113.0%	2,139 bps
SG&A	502,077	69.4%	299,016	61.5%	67.9%	792 bps
Utilidad (Pérdida) antes de otros Ingresos y Gastos, neto	11,131	1.5%	(58,076)	-11.9%	119.2%	1,347 bps
Otros ingresos y (gastos), neto	14,433	2.0%	3,534	0.7%	308.4%	127 bps
Utilidad (Pérdida) de operación	25,564	3.5%	(54,542)	-11.2%	146.9%	1,474 bps
Resultado integral de financiamiento, neto	(54,361)	-7.5%	(59,673)	-12.3%	-8.9%	475 bps
Intereses pagados	(56,374)	-7.8%	(58,760)	-12.1%	-4.1%	429 bps
Intereses ganados	1,475	0.2%	351	0.1%	320.2%	13 bps
Ganancia / pérdida cambiaria	538	0.1%	(572)	-0.1%	-194.1%	19 bps
Otros gastos financieros	-	0.0%	(692)	-0.1%	100.0%	14 bps
Utilidad (Pérdida) antes de impuestos a la utilidad	(28,797)	-4.0%	(114,215)	-23.5%	74.8%	1,950 bps
Impuestos a la utilidad	-	0.0%	-	0.0%	0.0%	0 bps
Utilidad (Pérdida) neta consolidada	(28,797)	-4.0%	(114,215)	-23.5%	74.8%	1,950 bps
Depreciación & amortización	96,630	13.4%	106,975	22.0%	9.7%	-864 bps
EBITDA	124,483	17.2%	54,001	11.1%	130.5%	610 bps

Relación con Inversionistas

Javier Miranda Valero
(55) 5263 6900 ext. 1016
imiranda@cmr.mx



Relaciones Públicas

Bernardo Castro Negrete
(55) 5263 6900 ext. 6971
bcastro@cmr.mx

Balance General del 1 de enero al 31 de marzo de 2022 y 2021		
(Miles de pesos)	MAR-22	DIC-21 (Dictaminado)
ACTIVO		
Efectivo y equivalentes de efectivo	165,123	264,036
Cuentas por cobrar	228,572	207,695
Inventarios	123,893	141,110
Instrumentos Financieros	18,021	18,021
Pagos anticipados	59,345	26,568
Activo circulante	594,954	657,430
Inmuebles, maquinaria y equipo (neto)	686,321	687,202
Activo por derecho de uso	740,475	796,750
Crédito mercantil	32,120	32,120
Otros activos (neto, incluye marcas)	755,615	813,486
Instrumentos Financieros	52,968	52,968
Impuestos diferidos	489,519	452,745
TOTAL ACTIVO	3,351,972	3,492,701
PASIVO		
Porción circulante del pasivo a largo plazo	215,246	230,326
Pasivo por arrendamiento a corto plazo	258,396	336,993
Instrumentos financieros	-	-
Cuentas por pagar a proveedores	312,270	337,846
Acreedores Diversos	-	-
Impuestos y gastos acumulados	339,401	336,431
Anticipos de clientes	9,215	8,099
Pasivo circulante	1,134,528	1,249,695
Pasivo a largo plazo	1,273,075	1,311,878
Acreedores diversos a largo plazo	-	-
Pasivo por arrendamiento a largo plazo	526,570	483,709
Beneficios a empleados	143,008	137,382
Impuestos a la utilidad diferidos	6,583	13,034
TOTAL PASIVO	3,083,764	3,195,698
CAPITAL CONTABLE	268,208	297,003
TOTAL PASIVO Y CAPITAL CONTABLE	3,351,972	3,492,701

Acerca de CMR

CMR es una compañía de capital mexicano que opera 138 restaurantes propios y 111 franquicias distribuidos en toda la República Mexicana y 4 países. Ofrece un sólido portafolio de poderosas marcas, con diferentes propuestas gastronómicas y de ambiente: Wings, Fly By Wings, La Destilería, El Lago, Bistró Chapultepec, Chili's, Olive Garden, Red Lobster, Sala Gastronómica, The Capital Grille y Sushi Itto. CMR cotiza en la Bolsa Mexicana de Valores desde 1997 bajo la clave de pizarra CMRB.

Relación con Inversionistas

Javier Miranda Valero
(55) 5263 6900 ext. 1016
jmiranda@cmr.mx



Relaciones Públicas

Bernardo Castro Negrete
(55) 5263 6900 ext. 6971
bcastro@cmr.mx